ที่ นค ๐๐๑๙.๓/ ว ๘๐๕๔

ศาลากลางจังหวัดหนองคาย
ถนนมิตรภาพ นค ๔๓๐๐๐

๑๒ พฤษภาคม ๒๕๖๔

เรื่อง การดำเนินงานตัวชี้วัดตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ รอบที่ ๒ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔

เรียน นายอำเภอ ทุกอำเภอ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. เป้าหมายตัวชี้วัดการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ จำนวน ๑ ฉบับ
๒. เป้าหมายตัวชี้วัดการการจัดเก็บรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน ๑ ฉบับ
๓. แนวทางการดำเนินงานการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP จำนวน ๑ ชุด
๔. แนวทางการดำเนินงานการจัดเก็บรายได้ จำนวน ๑ ชุด
๕. แบบสำรวจความพร้อมส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ จำนวน ๑ ฉบับ
๖. แบบรายงานผลการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ฯ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยกรมการพัฒนาชุมชน กำหนดให้การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ และการจัดเก็บรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP เป็นตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการของข้าราชการพลเรือนสามัญ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ โดยได้กำหนดค่าเป้าหมายตัวชี้วัด รอบที่ ๒ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ ร้อยละ ๑๑ มีผลิตภัณฑ์ OTOP ที่จำหน่ายในตลาดออนไลน์ จากผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน ปี ๒๕๕๗ - ๒๕๖๓ (สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑) และตัวชี้วัดรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ร้อยละ ๑๐ (สิ่งที่ส่งมาด้วย ๒)

เพื่อให้การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ และรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายตามตัวชี้วัด จึงขอให้อำเภอมอบหมายสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอดำเนินการ ดังนี้

๑. ศึกษาแนวทางการดำเนินงานตัวชี้วัดตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ (ตามสิ่งที่ส่งมาด้วย ๓ และ ๔)

๒. จัดทำข้อมูลแบบสำรวจความพร้อมส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ภายในวันพุธ ที่ ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๔ โดยให้จัดส่งในรูปแบบไฟล์ excel เท่านั้น (ตามสิ่งที่ส่งมาด้วย ๕)

๓. รายงานผลการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ รอบที่ ๒ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ภายในวันพฤหัสบดี ที่ ๒ กันยายน ๒๕๖๔ โดยให้จัดส่งในรูปแบบไฟล์ excel เท่านั้น โดยผลิตภัณฑ์ OTOP ต้องไม่ซ้ำกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ OTOP ที่รายงานรอบแรก (ตามสิ่งที่ส่งมาด้วย ๖)

๓. รายงานยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ในระบบศูนย์ข้อมูลกลาง (DOC) ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๕ ของเดือนถัดไป โดยเดือนกันยายน ๒๕๖๔ ขอให้รายงานให้แล้วเสร็จภายในวันศุกร์ที่ ๒๔ กันยายน ๒๕๖๔

ทั้งนี้ให้จัดส่งรายงานตามข้อ๒ และ ๓ ให้จังหวัดตามกำหนด ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ Pennung61@gmail.com หรือ Line กลุ่ม นว.พช. OTOP นค. ตามคิวอาร์โค้ดด้านล่างที่ปรากฏ

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาดำเนินการ

ขอแสดงความนับถือ

นายไพโรจน์ โสภาพร
พัฒนาการจังหวัดหนองคาย ปฏิบัติราชการแทน
ผู้ว่าราชการจังหวัดหนองคาย

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด
กลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน
โทร./โทรสาร ๐ ๔๒๔๑ ๑๑๘๒

Line กลุ่ม นว.พช. OTOP นค.

กลุ่มเป้าหมายตัวชี้วัดตามคำรับรองการปฏิบัติราชการกรมการพัฒนาชุมชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔

ตัวชี้วัดที่ ๔ ร้อยละ ๑๑ ของจำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP ที่จำหน่ายในตลาดออนไลน์ ตามฐานข้อมูล จำนวนผลิตภัณฑ์ ปี๒๕๕๗ - ๒๕๖๓

ที่	อำเภอ	ฐานข้อมูล จำนวนผลิตภัณฑ์ ปี๒๕๕๗ - ๒๕๖๓		ฐานข้อมูล จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ลงทะเบียน	ฐานข้อมูล จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP คะแนน ๑	ฐานข้อมูล จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP คะแนน ๒	ฐานข้อมูล จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP คะแนน ๓	ฐานข้อมูล จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP คะแนน ๔	ฐานข้อมูล จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP คะแนน ๕
		จำนวนผู้ประกอบการ	จำนวนผลิตภัณฑ์						
๑	เมืองหนองคาย	๒๓๒	๕๒๕	๕๘	๓๗	๔๒	๔๗	๕๓	๕๘
๒	โพนพิสัย	๙๓	๑๓๖	๑๕	๑๐	๑๑	๑๒	๑๔	๑๕
๓	ท่าบ่อ	๗๐	๑๑๐	๑๒	๘	๙	๑๐	๑๑	๑๒
๔	รัตนวาปี	๑๑๔	๑๙๐	๒๑	๑๓	๑๕	๑๗	๑๙	๒๑
๕	เฝ้าไร่	๙๓	๑๖๗	๑๘	๑๒	๑๓	๑๕	๑๗	๑๘
๖	ศรีเชียงใหม่	๓๙	๑๑๗	๑๓	๘	๙	๑๑	๑๒	๑๓
๗	สระใคร	๖๑	๑๒๐	๑๓	๘	๑๐	๑๑	๑๒	๑๓
๘	สังคม	๖๑	๑๑๒	๑๒	๘	๙	๑๐	๑๑	๑๒
๙	โพธิ์ตาก	๒๙	๑๐๕	๑๒	๗	๘	๙	๑๑	๑๒
รวมทั้งสิ้น		**๗๙๒**	**๑๕๘๒**	๑๗๔	๑๑๑	๑๒๗	๑๔๒	๑๕๘	๑๗๔

ประมาณการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ รายอำเภอ

ปีงบประมาณ 2564

ระหว่างเดือน เมษายน - กันยายน 2564 (6 เดือน)

จังหวัด หนองคาย

ที่	ชื่ออำเภอ	ประมาณการยอดจำหน่ายสินค้า OTOP ปีงบประมาณ 2564					
		เมษายน 2564 (บาท)	พฤษภาคม 2564 (บาท)	มิถุนายน 2564 (บาท)	กรกฎาคม 2564 (บาท)	สิงหาคม 2564 (บาท)	กันยายน 2564 (บาท)
1	เมืองหนองคาย	29,066,499.00	44,730,059.00	53,653,292.00	58,755,653.00	64,659,221.00	64,845,660.00
2	ท่าบ่อ	19,263,200.00	16,561,820.00	13,940,520.00	13,577,520.00	14,418,360.00	14,902,360.00
3	โพนพิสัย	10,884,555.00	12,034,055.00	11,671,055.00	14,514,555.00	14,696,055.00	14,907,255.00
4	ศรีเชียงใหม่	7,356,872.60	7,126,353.30	7,346,697.60	7,374,248.20	7,553,658.20	9,378,778.20
5	สังคม	4,172,366.00	4,175,182.00	4,136,847.00	4,102,087.00	4,016,397.00	4,040,278.00
6	สระใคร	3,653,023.00	3,048,012.00	2,887,060.00	2,942,500.00	3,057,560.00	3,725,810.00
7	เฝ้าไร่	6,384,950.00	5,430,150.00	4,532,110.00	4,883,010.00	5,200,649.30	6,766,798.50
8	รัตนวาปี	5,999,400.00	6,540,050.00	6,554,900.00	7,057,600.00	7,330,400.00	4,342,800.00
9	โพธิ์ตาก	3,522,420.00	3,525,720.00	3,533,860.00	3,676,970.00	3,841,970.00	3,896,970.00
	รวม	**90,303,285.60**	**103,171,401.30**	**108,256,341.60**	**116,884,143.20**	**124,774,270.50**	**126,806,709.70**

แนวทางการดำเนินงานตัวชี้วัดตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ

กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับอำเภอ

ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

เศรษฐกิจฐานรากมั่นคงและชุมชนพึ่งตนเองได้
ภายในปี ๒๕๖๕

Change for Good

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับอำเภอ

กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

รอบที่ ๒ **หน่วยวัด :** จำนวน / **น้ำหนัก :** ร้อยละ ๑๐

เหตุผลในการวัด : ผู้ประกอบการ OTOP มีช่องทางตลาดด้วยตนเอง โดยการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการของ ผู้ประกอบการ OTOP การพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ มาตรฐาน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคมีการซื้อสินค้าทางออนไลน์มากขึ้น และลดการช่วยเหลือด้านจัดหาตลาดจากภาครัฐ

เกณฑ์การให้คะแนน :แบ่งเกณฑ์การให้คะแนนเป็น ๕ ระดับ ดังนี้

ระดับคะแนน	เกณฑ์การให้คะแนน
๑	มีผลิตภัณฑ์ OTOP ที่จำหน่ายในตลาดออนไลน์ จำนวนน้อยกว่าร้อยละ ๘
๒	มีผลิตภัณฑ์ OTOP ที่จำหน่ายในตลาดออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘
๓	มีผลิตภัณฑ์ OTOP ที่จำหน่ายในตลาดออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๙
๔	มีผลิตภัณฑ์ OTOP ที่จำหน่ายในตลาดออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑๐
๕	มีผลิตภัณฑ์ OTOP ที่จำหน่ายในตลาดออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑๑ และต้องมีรายงานการสำรวจความพร้อมของผู้ประกอบการ/ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดและผู้ประกอบการ/ผลิตภัณฑ์ที่จะส่งเสริมเข้าสู่ตลาดออนไลน์

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับอำเภอ

กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

หลักฐานเชิงประจักษ์

***เงื่อนไข :** ดำเนินการจัดทำข้อมูลลงในแบบรายงานผลการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ รอบที่ ๒ (เมษายน- กันยายน) ประจำปีงบประมาณพ.ศ. ๒๕๖๔ โดยจัดส่งแบบรายงานให้จังหวัด ภายในวันที่ ๓ กันยายน ๒๕๖๔

ระดับคะแนน	หลักฐานเชิงประจักษ์
๑ - ๕	ข้อมูลผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีการเผยแพร่และจำหน่ายในแพลตฟอร์ม หรือสื่อออนไลน์อื่นๆ

คำนิยาม/คำอธิบาย

ผลิตภัณฑ์ OTOP หมายถึง ผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ลงทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน ปี ๒๕๕๗ – ๒๕๖๓

ตลาดออนไลน์ คือ การทำการตลาดในสื่อออนไลน์ เพื่อเผยแพร่ หรือโฆษณาให้ผลิตภัณฑ์ OTOP เป็นที่รู้จัก ตลอดจนการซื้อการขาย ซึ่งการทำการตลาดในสื่อออนไลน์ เช่น โฆษณา Facebook โฆษณา line โฆษณา Google โฆษณา Youtube โฆษณา Instagram เว็บไซต์ หรือผ่านแฟลตฟอร์มอื่น เป็นต้น

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับอำเภอ

กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

แนวทางการดำเนินการ

ดำเนินการจัดทำข้อมูลลงในแบบรายงานผลการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ รอบที่ ๒ (เมษายน- กันยายน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ โดยจัดส่งแบบรายงานให้จังหวัด ภายในวันที่ ๓ กันยายน ๒๕๖๔ ทางไปรษณีย์ อิเล็กทรอนิกส์ Pennung61@gmail.com หรือ กลุ่มไลน์ นว.พช. นค. OTOP ในรูปแบบไฟล์ Excel เท่านั้น

หมายเหตุ :
ผลิตภัณฑ์ OTOP ต้องไม่ซ้ำกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ OTOP ที่รายงานรอบแรก

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับอำเภอ

กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

แนวทางการรายงานแบบรายงานผลการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔

๑. ตรวจสอบข้อมูลให้ชัดเจน ถูกต้อง ครบถ้วนตามแบบ

๒. ไม่ปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขแบบ รายงานที่จังหวัดส่งให้

๓. ช่องข้อมูลความพร้อมผู้ประกอบการเพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์ ให้ใส่หมายเลข ๑ ในช่องข้อมูล

๔. ช่องข้อมูลความพร้อมผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่ออนไลน์ ให้ใส่หมายเลข ๑ ในช่องข้อมูล

๕. ข้อมูลช่องทางตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์

๑. ให้ระบุเป็นช่องทางการจำหน่าย เช่น Facebook ให้ระบุ ชื่อเพจ/ลิงค์เพจหรือเฟซบุ๊ก
Line ให้ระบุ ID Line
Website ต่างๆ ให้ระบุ ลิงค์เว็บไซต์ นั้นๆ

๒. ให้รายงานยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีการจำหน่ายในตลาดออนไลน์ ในช่องทางที่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการจำหน่าย ช่วงระหว่างเดือนเมษายน – กันยายน ๒๕๖๔

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับอำเภอ

กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

แบบรายงานผลการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ รอบที่ ๒
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ (ระหว่างเมษายน – กันยายน ๒๕๖๔)
อำเภอ .....

ที่	รหัสผู้ประกอบการ OTOP	ชื่อผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP	ประเภทผู้ประกอบการ	ชื่อผลิตภัณฑ์ (โปรดระบุทุกผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม)	ประเภทผลิตภัณฑ์	ที่อยู่						ความพร้อมผู้ประกอบการเพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์			ความพร้อมผลิตภัณฑ์ในการเข้าสู่ออนไลน์			ช่องทางตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์ โปรดระบุ : ช่องทางการจำหน่าย เช่น Link website, ID Line ฯลฯ									รวมยอดจำหน่ายออนไลน์ ช่วงเม.ย.-ก.ย.64
						เลขที่	หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	เบอร์โทรศัพท์	ผ่านการอบรมเกี่ยวกับตลาดออนไลน์		ขายของออนไลน์อยู่แล้ว	ได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง	ได้รับดัสรร 3-5 ดาว	ผ่านการพัฒนาเกี่ยวกับออนไลน์	Face book	ยอดจำหน่าย	Line	ยอดจำหน่าย	Insta Gram	ยอดจำหน่าย	OTOP Today	ยอดจำหน่าย	อื่นๆ โปรดระบุ	
												กรม	หน่วยงานอื่น														

1 ฐานข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการ/ผลิตภัณฑ์

2 ความพร้อมผู้ประกอบการเพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์

3 ความพร้อมผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์

4 ช่องทางตลาดออนไลน์

5 รวมยอดจำหน่ายออนไลน์ ช่วงเม.ย.-ก.ย.๖๔

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ รอบที่ ๑-๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ระดับอำเภอ

กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

ตัวอย่างการจัดทำข้อมูล ส่วนที่ ๑

ที่	รหัสผู้ประกอบการ	ชื่อผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP	ประเภทผู้ประกอบการ	ชื่อผลิตภัณฑ์ (โปรดระบุทุกผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม)	ประเภทผลิตภัณฑ์	ที่อยู่						ความพร้อมผู้ประกอบการเพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์			ความพร้อมผลิตภัณฑ์ในการเข้าสู่ออนไลน์		
						เลขที่	หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	เบอร์โทรศัพท์	ผ่านการอบรมเกี่ยวกับตลาดออนไลน์		ขายของออนไลน์อยู่แล้ว	ได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง	ได้รับดัดสรร 3-5 ดาว	ผ่านการพัฒนาเกี่ยวกับออนไลน์
												กรม	หน่วยงานอื่น				
๑	๑๒๓๔๕๖	นาย ก	กลุ่ม	เสื้อลายไทย	ผ้าฯ	๑๐	๒	บางม่วง	ปากเกร็ด	นนทบุรี	๐๙๑-๑๒๓๔๕๖	๑		๑	๑	๑	
			กลุ่ม	กางเกงลายไทย	ผ้าฯ	๑๐	๒	บางม่วง	ปากเกร็ด	นนทบุรี	๐๙๑-๑๒๓๔๕๖	๑			๑	๑	๑

1 ข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการ/ผลิตภัณฑ์ ที่มีผลิตภัณฑ์ OTOP ขึ้นตลาดออนไลน์

2 ความพร้อมผู้ประกอบการเพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์
โปรดใส่ ๑ ในช่องรายการ

3 ความพร้อมผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์
โปรดใส่ ๑ ในช่องรายการ

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๑-๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ระดับอำเภอ

กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดที่ ๑ : ระดับความสำเร็จของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์

ตัวอย่างการจัดทำข้อมูล ส่วนที่ ๒ ช่องทางตลาดออนไลน์

ช่องทางตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์ โปรดระบุ : ช่องทางการจำหน่ายด้วย เช่น Link website, ID Line ฯลฯ														รวมยอดจำหน่ายออนไลน์ ช่วงเม.ย. – ก.ย. 2564
Face book	ยอดจำหน่าย	Line	ยอดจำหน่าย	Instagram	ยอดจำหน่าย	OTOP Today	ยอดจำหน่าย	Shopee	ยอดจำหน่าย	Lazada	ยอดจำหน่าย	อื่นๆ โปรดระบุ	ยอดจำหน่าย	
OTOP TODAY โอทอปทูเดย์	5,000	123456	10,000	-	-	https://www.otoptoday.com/	5,000	-	-	-	-	-	-	20,000

แนวทางการดำเนินงานตามมาตรการ ปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ

กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับอำเภอ

ตัวชี้วัดที่ ๒ : รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP

เศรษฐกิจฐานรากมั่นคงและชุมชนพึ่งตนเองได้
ภายในปี ๒๕๖๕

Change for Good

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับอำเภอ

กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดที่ ๒ : รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP

หน่วยวัด : ร้อยละ / **น้ำหนัก :** ร้อยละ ๑๐

เหตุผลในการวัด : รายได้ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนโครงการ OTOP ตามหลักการการตลาดนำการผลิต และเป็นงานสำคัญตามยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชน ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากให้ขยายตัว

เกณฑ์การให้คะแนน : แบ่งเกณฑ์การให้คะแนนเป็น ๕ ระดับคะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน	เกณฑ์การให้คะแนน
๑	น้อยกว่าร้อยละ ๗
๒	ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗
๓	ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘
๔	ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๙
๕	ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑๐

คำนิยาม/คำอธิบาย

รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP หมายถึง รายได้ในช่วงไตรมาส ๓ – ๔ ปีงบประมาณพ.ศ. ๒๕๖๔ (เดือนเมษายน – กันยายน ๒๕๖๔) ของจังหวัด มีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ (เฉพาะไตรมาส ๓ – ๔)

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับอำเภอ

กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดที่ ๒ : รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP

สูตรการคำนวณค่าคะแนน

รอบที่ ๒

$$\frac{\text{รายได้การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ (เฉพาะไตรมาส ๓ – ๔)} - \text{รายได้การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ (เฉพาะไตรมาส ๓ – ๔)}}{\text{รายได้การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ (เฉพาะไตรมาส ๓ – ๔)}} \times ๑๐๐$$

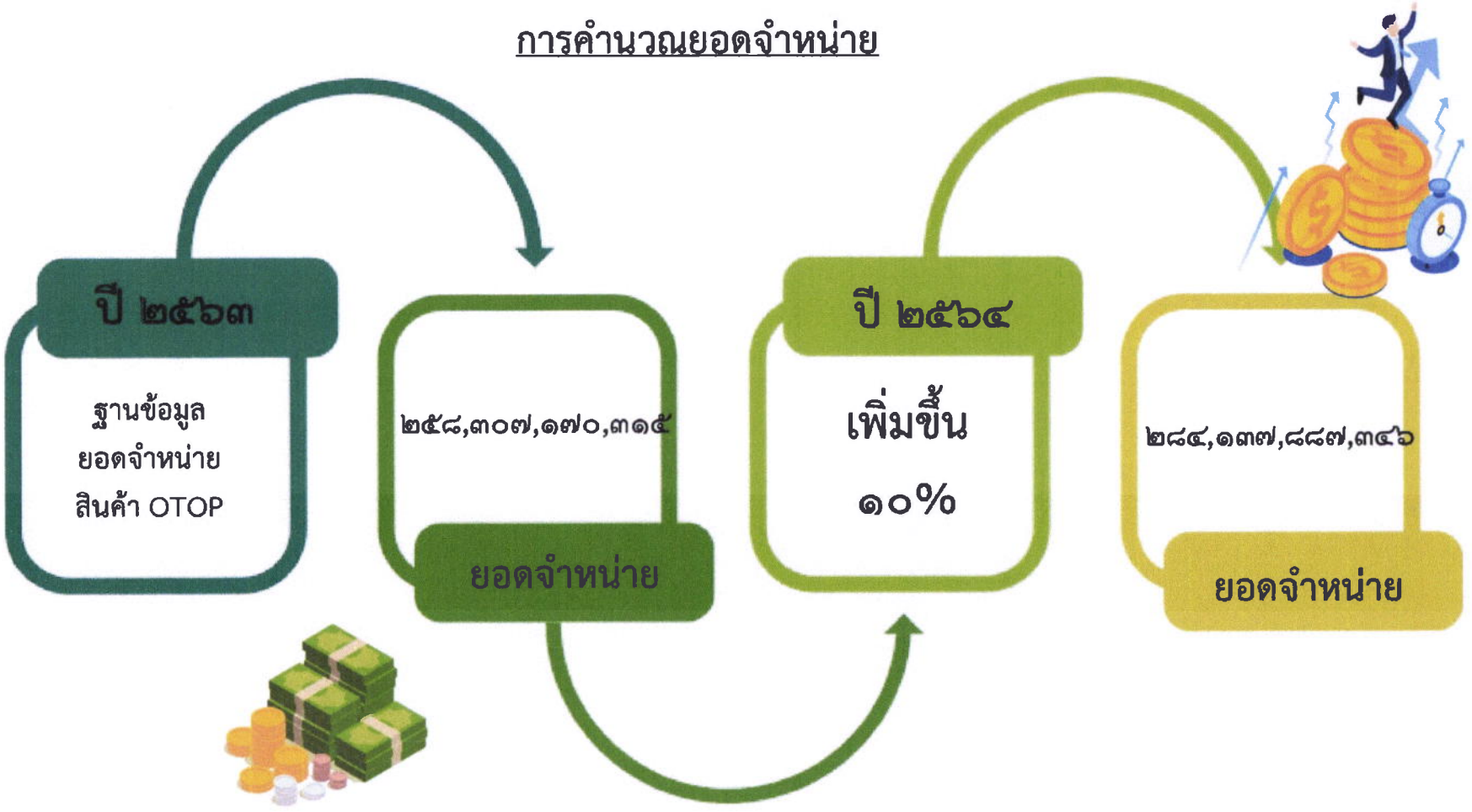
วิธีการจัดเก็บข้อมูล

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด รายงานข้อมูลผ่าน “ระบบศูนย์ข้อมูลกลาง (DOC)” กรมการพัฒนาชุมชนทุก ๆ สิ้นเดือน

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายการประเมินผลการปฏิบัติราชการ
รอบที่ ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ : ระดับอำเภอ

กรมการพัฒนาชุมชน
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน

ตัวชี้วัดที่ ๒ : รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP



แบบสำรวจความพร้อมส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔

กรมการพัฒนาชุมชน

จังหวัดหนองคาย

ที่	รหัสผู้ประกอบการ OTOP	ชื่อผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP	ประเภทผู้ประกอบการ	ชื่อผลิตภัณฑ์ (โปรดระบุทุกผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม)	ประเภทผลิตภัณฑ์	ที่อยู่					ความพร้อม			ความพร้อม			ยอดจำหน่ายออนไลน์ (ปีงบประมาณ ๒๕๖๓)
						เลขที่	หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	เบอร์โทรศัพท์	ผ่านการ		ขายของออนไลน์อยู่แล้ว	ได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง	ได้รับการคัดสรร ๓-๕ ดาว	ผ่านการพัฒนาเกี่ยวข้องกับตลาดออนไลน์	
											กรม	หน่วยงานอื่น					

หมายเหตุ

๑. ส่งแบบสำรวจให้จังหวัด ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ Pennung61@gmail.com หรือ Line กลุ่ม นว.พช. OTOP นค. (ภายใน ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๔)

๒. ตรวจสอบข้อมูลให้ชัดเจน ถูกต้อง ครบถ้วนตามแบบสำรวจ

๓. ไม่ปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขแบบสำรวจข้อมูลที่จังหวัดจัดส่งให้

๔. จัดส่งแบบสำรวจให้ทันตามเวลาตามที่กำหนด ในรูปแบบไฟล์ Excel

๕. สำรวจข้อมูลและกรอกข้อมูล ผ็ผลิต ผู้ประกอบ ที่มีความพร้อมผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่ออนไลน์ ตามจำนวนเป้าหมายที่จังหวัดจัดส่งให้

๕. ความพร้อมผู้ประกอบการเพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์, ความพร้อมผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่ออนไลน์ ให้ใส่หมายเลข ๑ ในช่องข้อมูล

แบบรายงานผลการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในตลาดออนไลน์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ สิ่งที่ส่งมาด้วย ๕

กรมการพัฒนาชุมชน

รอบที่ ๒ ระหว่างเดือนเมษายน - กันยายน ๒๕๖๔

อำเภอ.....

ที่	รหัสผู้ประกอบการ OTOP	ชื่อผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP	ประเภทผู้ประกอบการ	ชื่อผลิตภัณฑ์ (โปรดระบุทุกผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม)	ประเภทผลิตภัณฑ์	ที่อยู่						ความพร้อมผู้ประกอบการเพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์ (ใส่หมายเลข ๑ในช่อง			ความพร้อมผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่ออนไลน์ (ใส่หมายเลข ๑ ในช่องข้อมูล)			ช่องทางตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์ โปรดระบุ : ช่องทางการจำหน่ายด้วย เช่น Link website, ID Line ฯลฯ															รวมยอดจำหน่ายออนไลน์ ช่วงเม.ย. - ก.ย.๖๔
						เลขที่	หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	เบอร์โทรศัพท์	ผ่านการอบรมเกี่ยวกับตลาดออนไลน์		ขายของออนไลน์อยู่แล้ว	ได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง	ได้รับการคัดสรร ๓-๕ ดาว	ผ่านการพัฒนาเกี่ยวข้องกับตลาดออนไลน์	Face book	ยอดจำหน่าย	Line	ยอดจำหน่าย	instagram	ยอดจำหน่าย	OTOP Today	ยอดจำหน่าย	Shopee	ยอดจำหน่าย	Lazada	ยอดจำหน่าย	อื่นๆ โปรดระบุ	ยอดจำหน่าย	
												กรม	หน่วยงานอื่น																					

หมายเหตุ

๑. ส่งแบบรายงานให้จังหวัด ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ Pennaung61@gmail.com (ภายใน ๓ กันยายน ๒๕๖๔) โดยไม่ซ้ำกับผลิตภัณฑ์ที่เคยรายงาน รอบที่ ๑

๒. ตรวจสอบข้อมูลให้ชัดเจน ถูกต้อง ครบถ้วนตามแบบ

๓. ไม่ปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขแบบสำรวจข้อมูลที่จังหวัดจัดส่งให้

๔. จัดส่งแบบสำรวจข้อมูลให้ทันตามเวลาตามที่กำหนด ในรูปแบบไฟล์ Excel

๕. ความพร้อมผู้ประกอบการเพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์, ความพร้อมผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่ออนไลน์ ให้ใส่หมายเลข ๑ ในช่องข้อมูล

๖. ในแบบสำรวจข้อมูลช่องทางตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์ ขอให้ระบุช่องทางการเข้าถึงการจำหน่ายออนไลน์ของผลิตภัณฑ์ด้วย

ยกตัวอย่างเช่น Facebook ให้ระบุ : ชื่อเพจเฟสบุ๊ค หรือลิงค์เพจ, Line ระบุ : ID Line, website ต่างๆ ให้ระบุ : ลิงค์เว็บไซต์

ลงชื่อ.....ผู้รายงาน

(.....)

.....

วันที่..... เดือน..... ๒๕๖๔